

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi terhadap variabel Citra Pariwisata Yogyakarta, dimana variabel tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi dipengaruhi oleh variabel daerah asal, tingkat pendidikan dan frekuensi penggunaan media massa. Berdasarkan uraian dan penjelasan dari bab I sampai bab III, maka dalam bab IV ini ditarik suatu kesimpulan dan pemberian saran yang berhubungan dengan penelitian ini. Kesimpulan dan saran akan diuraikan sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan secara diskriptif bahwa citra yang berlaku (*Current Image*) pada wisatawan domestik mengenai Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata masih kuat. Pasca Bencana Merapi tahun 2010, citra Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata masih kuat di mata wisatawan domestik. Citra yang berlaku tersebut dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan yang dimiliki wisatawan domestik mengenai Bencana Merapi dalam kategori tinggi. Variabel daerah asal dan frekuensi penggunaan media massa dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan wisatawan domestik mengenai Bencana Merapi. Namun,

variabel tingkat pendidikan tidak mempengaruhi tingkat pengetahuan wisatawan domestik mengenai Bencana Merapi.

Berikut ini uraian kesimpulan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel dalam penelitian ini berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi dengan Citra Pariwisata Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai sig 0,000 dan nilai koefisien korelasi 0,683. Hal ini memiliki pengertian bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi maka citra Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata akan semakin kuat.
2. Berdasarkan hasil uji analisis koefisien kontingensi yaitu antara variabel “Daerah Asal” dengan variabel “Tingkat Pengetahuan mengenai Bencana Merapi” memiliki hubungan yang signifikan. Berdasarkan uji analisis tersebut diperoleh taraf signifikan kurang dari  $\alpha = 0,05$  yaitu sebesar 0,000. Sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,901 ( $r=0,901$  dan  $\text{Sig}=0,000$ ). Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang didapat menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif. Hal ini memiliki pengertian bahwa wisatawan yang berasal dari Jawa (Yogyakarta dan Jawa Tengah) memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai Bencana Merapi daripada wisatawan yang berasal dari Luar Jawa.

3. Dari hasil analisis uji beda didapatkan nilai sig (2-tailed) 0,000 yang berarti bahwa ada perbedaan tingkat pengetahuan antara kelompok Jawa dan kelompok Luar Jawa. Besarnya perbedaan tingkat pengetahuan ditunjukkan dari nilai rata-rata (mean). Untuk kelompok Jawa memiliki tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi rata-rata sebesar 1,7234 untuk kelompok Jawa, sedangkan kelompok luar Jawa memiliki tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi rata-rata sebesar 3,000. Dapat disimpulkan bahwa, wisatawan domestik yang berasal dari kelompok Jawa cenderung memiliki tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi lebih tinggi dibandingkan kelompok luar Jawa.
4. Hubungan antara variabel “Tingkat Pendidikan” dengan variabel “Tingkat Pengetahuan mengenai Bencana Merapi” terbukti tidak memiliki hubungan yang signifikan. Hasil uji analisis menunjukkan nilai koefisien spearman rank sebesar 0,180 pada taraf signifikansi 0,073 ( $r = 0,180$  dan sig 0,073). Oleh karena itu signifikansi lebih dari  $\alpha = 0,05$  (5%), Dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan Wisatawan Domestik mengenai Bencana Merapi.
5. Terdapat pengaruh yang positif antara frekuensi penggunaan media massa dengan tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi yang ditunjukkan dengan nilai sig 0,000 dan nilai koefisien korelasi 0,732. Hal ini memiliki pengertian bahwa semakin sering wisatawan domestik mengakses media massa, maka tingkat pengetahuan wisatawan domestik

mengenai Bencana Merapi semakin tinggi sebaliknya semakin jarang wisatawan domestik mengakses media massa sebagai sumber informasi, tingkat pengetahuan wisatawan domestik mengenai Bencana Merapi akan semakin rendah.

6. Dari hasil uji koefisien kontingensi didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,629 pada taraf signifikasi 0,000. Berdasarkan nilai sig tersebut maka daerah asal berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta. Hal tersebut berarti bahwa daerah asal dapat berpengaruh secara langsung terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta. Kemudian dilakukan uji analisis yang kedua yaitu korelasi parsial untuk mengetahui hubungan antara daerah asal dengan Citra Pariwisata Yogyakarta dan tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi sebagai variabel control. Dari hasil korelasi parsial didapatkan nilai koefisien korelasi 0,026 dengan sig 0,796. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengetahuan tidak dapat diposisikan sebagai variabel kontrol.
7. Hasil koefisien kontingensi 0,310 dengan sig 0,002 ( $r=0,310$  dan  $\text{sig}=0,002$ ). Berdasarkan nilai sig tersebut maka tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara langsung terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta. Kemudian dilakukan uji analisis yang kedua yaitu korelasi parsial untuk mengetahui hubungan antara tingkat pendidikan dengan Citra Pariwisata Yogyakarta dan tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi sebagai variabel kontrol. Dari hasil korelasi

parsial didapatkan nilai koefisien korelasi 0,287 dengan sig 0,004. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengetahuan tidak dapat diposisikan sebagai variabel kontrol.

8. Dari hasil uji koefisien kontingensi didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,495 pada taraf signifikansi 0,000. Berdasarkan nilai sig tersebut maka frekuensi penggunaan media massa berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta. Hal tersebut berarti bahwa frekuensi penggunaan media massa dapat berpengaruh secara langsung terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta. Kemudian dilakukan uji analisis yang kedua yaitu korelasi parsial untuk mengetahui hubungan antara frekuensi penggunaan media massa dengan Citra Pariwisata Yogyakarta dan tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi sebagai variabel kontrol. Dari hasil korelasi parsial didapatkan nilai koefisien korelasi 0,049 dengan sig 0,628. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengetahuan tidak dapat diposisikan sebagai variabel kontrol.

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara tingkat pengetahuan yang dilihat dari daerah asal dan frekuensi penggunaan media massa terhadap pembentukan citra. Untuk variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan dan juga tidak berpengaruh terhadap pembentukan citra. Selain itu, dari hasil analisis, penulis juga menemukan

bahwa variabel daerah asal dan frekuensi penggunaan media massa dapat berpengaruh secara langsung terhadap pembentukan citra.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti akan mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Akademis**

Variabel tingkat pendidikan dalam penelitian ini menggunakan tingkat pendidikan formal dan berdasarkan hasil analisis tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan mengenai Bencana Merapi. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti bisa menggunakan variabel lain seperti latar belakang pendidikan sebagai variabel anteseden.

### **2. Praktis**

- a. Dari hasil penelitian ini, dapat diperoleh data secara kuantitatif pendapat wisatawan domestik mengenai Citra Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata pasca Bencana Merapi tahun 2011. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi praktisi komunikasi di bidang *public relations* pada umumnya dan Dinas Pariwisata Yogyakarta pada khususnya dalam menyiapkan strategi komunikasi pemulihan Citra Pariwisata Yogyakarta pasca Bencana Merapi sehingga sesuai dengan karakteristik sasaran (wisatawan domestik).
- b. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data secara kuantitatif bahwa Citra Pariwisata Yogyakarta dalam kategori kuat. Citra Yogyakarta

sebagai daerah tujuan wisata di mata wisatawan domestik masih kuat pasca Bencana Merapi tahun 2010. Hal ini menjadi masukan bagi Dinas Pariwisata Yogyakarta untuk mempertahankan Citra Pariwisata Yogyakarta semakin kuat dengan program-program pemasaran pariwisata yang terencana dan terlaksana lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kartasasmita, Ginanjar. 2011. *Strategi Pemulihan Citra Wisata Alam Pasca Bencana*. Semarang: Tiga Serangkai
- Beard, Mike. 2001. *Pariwisata dan Citra Indonesia*. Edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- Brody, E.W; Stone, Gerald C. 1989. *Public Relations Research*". New York: Preager Publisher.
- Cutlip, Scott M. dan Allen H. Center dan Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations*. 9th edition. Pearson International Edition. New Jersey: Prentice-Hall
- Dominick, Joseph R., dan Wimmer, Roger D. 2003. *Destinasi Wisata Indonesia*. Seventh Edition. USA: Wadsworth.
- Guido H. Stempel III, & Bruce H. Westley. 1981. *Research Methods In Mass Communication*. USA: Prentice Hall, Inc.
- Holloway, Christopher. 2002. *Teori Motivasi Wisatawan*. Jakarta: Erlangga.
- Hansen, Anders., Simon Cottle., Ralph Negrine., Chris Newbold. 1998. *Mass Communication Research Methods*. London: Mc Millan Press LTD.
- Heath, Robert L. 2005. *Encyclopedia of Public Relations*. Volume 1. USA: Sage Publications, Inc.



- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kurnia, Barton. 2005. *Manajemen Krisis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Krippendorff, Klaus. 1993. *Pencitraan Kawasan Wisata*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kertarajasa, Rahmat. 2003. *Yogyakarta dalam Bingkai Pariwisata*. Yogyakarta: Tiga Serangkai
- Posavac, Emil J dan Carey, Raymond G, 1997. *Methods and Case Studies*. Fifth Edition. 1997. New Jersey: Prentice Hall.
- Putra, Arifin. 2001. *Profesi Public Relation dalam Pencitraan Organisasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Rivers, William, 1998. *Media Cetak dalam Perspektif Komunikasi Massa*. Jakarta: LP3ES.
- Roy, Sumirat, 2006. *Strategi Komunikasi dalam Krisis Organisasi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Ruslan, Rusady, 2005. *Manajemen Public Relations*. Bandung: Rosda Karya.
- Singarimbun, Masri, 2009. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Wasesa, Silih, 2003. *Pencitraan dalam Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia